

Окрім цього, в ході дослідження було ідентифіковано стимулятивні фактори інвестиційного клімату, однак якщо дестимулятори мали економічний, політичний та соціальний характер, то позитивні індикатори більшою мірою характеризували інвестиційний клімат сукупністю статистичних даних:

- стратегічно вигідне географічне розташування держави;
- забезпеченість високим природно-ресурсним потенціалом.

Отримані результати дослідження свідчать, що Україна не має сформованої чіткої стратегії розвитку держави, що не сприяє зростанню її інвестиційної привабливості. Відповідно, головним завданням державної політики слід вважати: вдосконалення правової бази; здійснення податкової реформи, що передбачає спрощення податкової системи та зниження фіскального тиску на підприємства; завершення земельної реформи; включення в інвестиційний процес державних ресурсів та стимулювання приватних інвесторів; активна антикорупційна політика тощо. Отже, формування в Україні привабливого для іноземних інвесторів середовища, насамперед, треба починати з системи активних дій держави, спрямованих на зміну політичного, економічного та правового поля в державі.

Література

1. Інвестиційний клімат України: оцінки і перспективи. Урядовий кур'єр, 9 липня 2005 р., № 125. – 12 с.
2. Сисоєва Л.Ю. Механізми державного регулювання інвестиційного ринку України / Л.Ю. Сисоєва // Вісник Хмельницького національного університету : зб. наук. праць. – 2010. – № 2, т. 2. – С. 151-154.
3. Пазізіна С. Імпортозаміщення в Україні при переході до сталого економічного зростання / С. Пазізіна // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – 2010. – № 14-15. – С. 180-186.
4. Закон України "Про іноземні інвестиції" від 13.03.1992 р., № 2198 а – XII. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 26. – 357 с.
5. Закон України "Про режим іноземного інвестування" від 19.03.1996 р., № 93/96-ВР зі змінами і доповненнями. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.rada.gov.ua>.
6. Близнюк Н.В. Механізми залучення іноземного капіталу в економіку України / Н.В. Близнюк. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.nvbu.gov.ua>.
7. Закон України "Про інвестиційну діяльність" від 18.09.1991 р., № 1560-12 // Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47. – 646 с.
8. Чемерис О. Програмно-цільовий підхід до формування привабливого інвестиційного клімату в регіоні на прикладі Львівської області / О. Чемерис // Ефективність державного управління : зб. наук. праць. – 2009. – № 21. – С. 309-319.
9. Дропа Я. Податкове навантаження та його вплив на економіку України / Я. Дропа, І. Чабан // Формування ринкової економіки в Україні. – 2009. – № 19. – С. 213-218.
10. Ривак О.С. Бюджетно-податкова політика в Україні за роки економічного зростання та в період кризи / О.С. Ривак // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2010. – № 20.3. – С. 238-248.
11. Основні показники рівня життя населення // Праця і зарплата. – 2009. – № 42. – С. 8.
12. Турчина С.Г. Інтелектуальна складова людського потенціалу: інноваційні напрямки розвитку в умовах глобалізації / С.Г. Турчина // Вісник Хмельницького національного університету : зб. наук. праць. – 2010. – № 2, т. 2. – С. 36-38.
13. Сікерко Л.П. Сутність процесу людського розвитку / Л.П. Сікерко. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.nvbu.gov.ua>.
14. Власюк О.С. Інноваційна стратегія українських реформ: стан та пріоритети / О.С. Власюк // Стратегічні пріоритети. – 2007. – № 1(2). – С. 102-105.

15. Наумова О.О. Аналіз зовнішніх чинників інноваційної діяльності персоналу вітчизняних підприємств / О.О. Наумова // Наукові праці КНТУ : зб. наук. праць. – Сер.: Економічні науки. – 2010. – № 17.

16. Турчинов О.В. Тіньова економіка: закономірності, механізми функціонування, методи оцінки / О.В. Турчинов. – К. : Ін-ут Росії НАН України. – 1996. – С. 121-122.

Иваночко С.С. Факторы формирования инвестиционного климата в Украине

Исследованы главные факторы формирования инвестиционной среды Украины и их динамика за последние десять лет. Проанализированы существующие проблемы и препятствия для привлечения инвестиций и разработаны на этой основе предложения относительно их устранения.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная среда, факторы формирования инвестиционной среды, стимулирующие и дестимулирующие факторы.

Ivanochko S.S. Factors of forming of investment climate in Ukraine

Investigational main factors of forming of investment environment of Ukraine and their dynamics for the last ten years. Existent problems and obstacles are analysed for bringing in of investments and it is developed on this basis of suggestions in relation to their removal.

Keywords: investments, investment environment, factors of forming of investment environment, stimulation and destimulation factors.

УДК 332.33

Проф. Д.І. Бабміндра, д-р екон. наук –
Запорізький національний університет

РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ ФЕРМЕРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СВІТОВОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

Досліджено структурні особливості бізнес-плану фермерських підприємств. Визначено чинники, що впливають на внутрішні можливості фермерських підприємств. Запропоновано концепцію маркетингової інформації.

Ключові слова: бізнес-план, фермерське підприємство, цілі, програма, ринок, конкуренти, зовнішнє середовище, внутрішні сили, перспектива, витрати.

Постановка проблеми. Бізнес-план – письмовий документ, що сумує ділові можливості фермера-підприємця і показує, як вони можуть бути реалізовані на практиці.

Мистецтво розроблення бізнес-плану засновано на таких складових:

- уміння займатися комерцією, добре подавати широке коло проблем, що пов'язані з підприємництвом в умовах ринкової економіки;
- спроможність розраховувати свої майбутні дії в боротьбі з конкурентами. Тут не повинно бути дрібниць, усе необхідно суворо врахувати;
- тісний зв'язок фермера-менеджера з інвестором, щоб останнього переконати у необхідності вкладати гроші у фермерське виробництво.

Тільки на основі ясного бізнес-плану можна завірити банкіра в надійності вкладення засобів, здійснення повернення кредиту й одержання прибутку. Тому бізнес-план – це документ "на продаж" для накопичення капіталу. Як такий він визнаний довести інвестору, що фермер-підприємець реально оцінив свої можливості, має необхідний підприємницький й управлінський талант і має достатньою мірою реалістичну, узгоджену програму досягнення поставлених цілей.

Постановка завдання. Можливість чіткого визначення перспектив бізнесу, правильного оцінювання існуючої економічної ситуації.

Стандарт, на базі якого зв'язуються результати практичної діяльності та вносяться відповідні корективи під час реалізації ідеї і поставлених задач.

Наукові результати. Бізнес-план включає такі розділи:

1. Продукт (вид послуг). У цьому розділі бізнес-плану необхідно описати якість (корисність), реалізацію товару (виду послуг), які потреби покупця він буде задовольняти, новизну продукту (виду послуг), його принципові особливості, відмінність (перевага) від товарів (послуг), наданих іншими постачальниками. Зазначити можливі канали реалізації (ринок збуту), що найбільше привабливі для фермера, життєвий цикл товару, його екологічність.

Інформація про товар повинна дати відповідь на такі питання: якими патентами або авторськими посвідченнями захищені особливості продукту (послуги, технології), які дизайн і упакування товару, система його сервісного обслуговування (комплекс додаткових послуг, що будуть надаватися покупцю, реклама й ін.). Завершується розділ даними про можливу ціну товару, витрат на виробництво, величину очікуваного прибутку.

2. Цілі і стратегії. Основними цілями фермера-підприємця є збільшення обсягу продажу товарів і зростання щорічного прибутку; велике охоплення ринку збуту продукції; систематичне підвищення її якості, зменшення негативного впливу виробництва на навколишнє середовище; активна цінова політика й ін. Це досягається завдяки такій стратегії удосконалення технології; модернізації устаткування; підвищення кваліфікації робітників; проникнення на нові ринки збуту; впровадження автоматизованої системи контролю за якістю продукції; застосування безвідходних виробництв, систем очищення стічних вод і утилізації відходів; проведення цільової рекламної кампанії й інших маркетингових заходів.

3. Ринок. Фермер насамперед повинен знати свій ринок споживачів, їхні потреби і запити. Детальний аналіз сегментів ринку веде до змін у рекламі, пакуванні товару, місця розташування магазинів, структури продажу, а в підсумку, впливає на характер виробленої продукції і її сервісне обслуговування. Аналіз ринкових відносин пов'язаний із попитом і пропозицією товарів, їхньою якістю, рекламою, зусиллями з просування продукції на ринок, вивченням амплітуди цін діями конкурентів. Неправильна оцінка тенденцій, можливостей і потенціалу ринку на 80 % зумовлює провал комерційної реалізації продукції.

Під час аналізу ринку варто широко користуватися **маркетинговою інформацією** (рис.) Вона складається з чотирьох підсистем: внутрішня звітність, зовнішня інформація, маркетингові дослідження, аналіз інформації. Всі підсистеми тісно взаємозалежні, а сама система діє у сфері маркетингового середовища за допомогою необхідних робітників (менеджерів, брокерів, дилерів й ін.).

Серцевиною системи маркетингової інформації є маркетингові дослідження. Це вивчення характеристик ринку, вимір його потенційних можливостей, аналіз розподілу сегментів ринку, аналіз збуту, вивчення тенденцій

ділової активності, оцінка товарів конкурентів, короткотермінове прогнозування, вивчення реакції покупців на новий товар і його потенціал, вивчення політики цін й ін. Серед обстежених 800 американських фірм 93 % здійснювали дослідження потенційних можливостей ринку і вивчення його характеристик; 89 % аналізували збут; 86 % вивчали тенденції ділової активності; 85 % – товари конкурентів і проводили короткотерміновий прогноз; 84 % досліджували новий товар, визначали квоти збуту. Найменша кількість фірм вивчала вплив виробництва на навколишнє середовище (33 %) і проблеми інформування споживачів (26 %).

Цілі маркетингових досліджень можуть бути **пошуковими, описовими й експериментальними**. Перші передбачають збір попередніх даних, що проясняють проблему, і дуже часто допомагають підготувати й уточнити гіпотезу. Другі пов'язані з описом визначеного явища, наприклад числа покупців того або іншого товару, характеристикою переваг, яким наділені підприємці, стійкості стану фірми в оцінці покупця Експериментальні цілі передбачають перевірку обраної гіпотези, наприклад те, що зниження цін на 5 % призведе до зростання обсягу продажу на 10 %.

Детальна систематизація ринку базується на одержанні обумовленої інформації, що підрозділяється на **первинну і повторну**. До первинної належить: спостереження, відкрите дослідження, опитування – відкрите (телефон, пошта) і закрите (інтерв'ю) – індивідуальне або групове.

Повторна інформація: внутрішня звітність; офіційні видання державних заснувань (статистичні збірники, постанови, закони, урядові вісники); комерційна інформація (спеціальні видання комерційних дослідницьких фірм); звіти з науково-дослідних і проектно-конструкторських розробок; патентна інформація.

На основі результативної інформації можна одержати уявлення про: можливий обсяг продажу продукції на різних ринках; розмір сегментів конкретного ринку і частку підприємця в ньому; найбільш прибуткові ринки; конкуренцію і спроможність протистояти їй; появу нових виробників і нових груп споживачів; динаміку продажу товарів, виходячи з очікуваного життєвого рівня (циклу), висоти цін, їхньої інфляції.

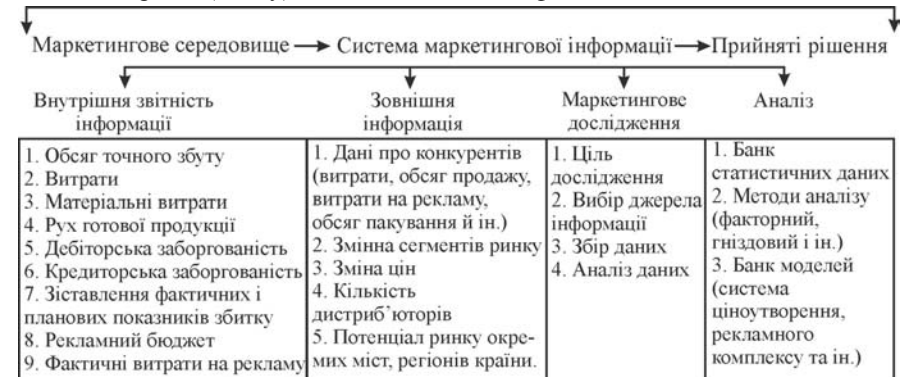


Рис. Концепція системи маркетингової інформації

Фермеру-підприємцю необхідно постійно думати про модифікацію товару (виду послуг). Це допоможе йому завоювати нові ринки збуту й одержати максимум прибутку.

4. Конкуренти. Фермер-підприємець повинний знати своїх конкурентів на ринку й оцінювати їхні можливості.

Конкурентоспроможність залежить від того, як потенційні споживачі будуть купувати товар фермера-підприємця стосовно інших товаровиробників. Вона також пов'язана з не новою доступністю товару, удосконалюванням системи продажу, упаковуванням товару, додатковими послугами й ін. Однак, треба правильно оцінити внутрішню силу суперників у конкурентній боротьбі. Для порівняльного аналізу переваг, що дають фермеру-підприємцю споживачі й оцінки внутрішньої сили конкуруючих фірм рекомендується врахувати чинники, які наведено в табл.

При заповненні наведеної схеми кожному чиннику дається кількісна оцінка (від 1 до 10 балів), де 1 відповідає найменшому, а 10 – найбільшому за значущістю чиннику для оцінювання ринку. Загальна сума балів (за чинниками) дасть змогу визначити місце фермера-підприємця в конкуренції з іншими фірмами-суперниками. Знання конкурентів необхідне для того, щоб інформувати потенційних партнерів і інвесторів про труднощі конкурентної боротьби на тому ринку, куди надійде продукція. Тоді гарантована повага інвесторів і кращі шанси на одержання коштів.

5. План виробництва. Планування – процес творчого усвідомлення майбутнього бізнесу, розроблення цілей (задач) і напрямів, які забезпечать його досягнення. Планування здійснюється самим фермером (керівником фірми) або за допомогою консультантів-експертів. Оптимальний розмір бізнес-плану – 35-40 сторінок машинопису. Він не повинен бути перевантажений схемами і малюнками. Простота і доступність його розуміння – застава, що такий план буде успішно проінвестований.

Інвестори завжди уважно розглядають бізнес-план із погляду реальних можливостей виробництва, необхідної кількості товарів (послуг) у необхідні терміни і з високою їх якістю. **Основні розділи плану:**

- виробництво товарів (послуг);
- виробничі потужності підприємства (фермерського господарства);
- умови постачання (придбання сировини, матеріалів, комплектуючих виробів й ін.);
- виробнича кооперація (горизонтальна і вертикальна);
- умови фінансування і кредитування;
- контроль за якістю продукції;
- оцінка собівартості і рівня рентабельності.

6. Організація і керування. Бізнес-план як "документ на продаж" може бути успішно реалізований за умови його надійного виконання. Основну роль тут наділяють фермеру як менеджеру.

У цьому розділі плану необхідно дати організаційну структуру господарства (підприємства), схему взаємодії галузей (служб), координації і контролю їх діяльності. Тут не розглядаються питання з оплати праці, взаємозв'язку рівня зарплати і результатів виробничої і комерційної діяльності.

ті, умови наймання робітників. Фіксуються кваліфікаційні вимоги і фахові обов'язки голови фермерського господарства і його робітників, заходи щодо підвищення їх кваліфікації.

Табл. Порівняльний аналіз конкурентоспроможності фермера-підприємця

Чинники	Переваги, котрі дають споживачі			Чинники	Внутрішня сила фірм		
	бали (1-10)	фер-мер	конку-рент		бали (1-10)	фер-мер	конку-рент
Продукт (послуги)				Фінансові джерела			
Ціна				Бюджетна програма маркетингу			
Собівартість				Технологія			
Якість				Можливості збуту			
Технічне обслуговування				Можливість постачання			
Імідж (стиль)				Ефект масштабу			
Значення для покупця				Ефект господарювання			
Популярність фермера				Торгова мережа			
Зв'язок із споживачами				Життєвий цикл продукту			
Місцезнаходження				Стратегічне партнерство			
Терміни доставки товару				Етика компанії			
Зручність у користуванні				Ліцензування			
Кредитна політика				Інші			
Додаткові послуги				Партнер (торгова марка)			
Соціальна значущість							
Інші							
Загальна сума балів							

7. "Звіт про обіг готівки" показує є (або немає) у підприємства наявні кошти для оплати всіх витрат. Він містить:

- прибуток (виторг від реалізації продукції, довготерміновий кредит);
- витрати (виробничі запаси, виробничі витрати, плата за кредит, розрахунки з бюджетом, інші витрати);
- каса (готівка) – це різниця між прибутком і видатком.

8. "Баланс підприємства" – "дзеркало" бізнесу. У його **активі** зазначають вартість усіх компонентів (земля, будівлі, машини, устаткування, запаси товарно-матеріальних цінностей), а в **пасиві** – обсяг усіх зобов'язань (отримані кредити, авансований капітал, розрахунки з кредиторами, борг робітникам підприємства). Конкретно баланс містить:

<i>Актив</i>	<i>Пасив</i>
I. Основні засоби (зокрема амортизація)	I. Джерела власних і привієняних до них засобів (статутний фонд, фонд, прибутку)
II. Запаси і витрати (виробничі амортизаційні запаси і готова продукція, витрати обігу)	II. Довготермінові пасиви (дотермінові кредити банків)
III. Кошти, розрахунки й інші активи (кошти, розрахунки з дебіторами)	III. Розрахунки й інші пасиви (розрахунки з кредиторами – за товари, роботу, послуги з бюджетом)
Баланс	Баланс

Фінансовий план також містить розрахунок точки беззбитковості виробництва. Її знаходять графічним шляхом, із перетинання прямих ліній, що характеризують виторг від реалізації продукції, умовно-постійних і умовно-

перемінних витрат. Цим самим рекомендують можливим знайти **зону прибутковості** виробництва, при якому обсяги його завжди беззбиткові.

9. Програма інвестування. У цьому розділі плану відображено залучення засобів (довготермінові і короткотермінові кредити) для створення і розширення виробництва. Вказується загальна сума інвестицій: відкля будуть отримані гроші, у якій формі; терміни повернення притягнутих засобів і одержання інвесторами прибутку від них.

Привертаючи для фінансування кредитні гроші, фермер-підприємець повинний піклуватися також про одержання не тільки банківського, але і комерційного кредиту, що може бути наданий на пільгових умовах.

10. Охорона навколишнього середовища. У сучасних умовах, що характеризуються погіршенням екологічної ситуації, зменшенням запасів природних ресурсів, накопиченням стресових чинників, **концепція екологічного** маркетингу набуває особливого значення.

Тому в бізнес-плані повинні бути відображені заходи щодо охорони навколишнього середовища (природи, людей): виробництво екологічно чистої продукції; утилізація відходів, насамперед пакувальних матеріалів (пакетів, пляшок, банок, коробок); повторне перероблення відходів виробництва, зменшення обсягів забрудненої води шляхом застосування постадійного процесу очищення і використання води; матеріальна зацікавленість робітників у ділі охорони природи і здоров'я людей.

11. Програма зменшення ризику і страхування. Під час упорядкування цього розділу бізнес-плану необхідно передбачати такі види ризику: ринковий, утрати майна, утрати часу, невиконання зобов'язань, інфляцію, політичний ризик.

Ринковий ризик залежить від можливості існування ринку в майбутньому, темпів його зростання, валового прибутку фермера, що дає змогу витримати цінову війну; удосконалювання технології виробництва продукції; можливості впливу зовнішніх і внутрішніх чинників на стан розвитку виробництва товарів і їх реалізації.

Ризик утрати майна – можливість того, що майно, з огляду на реальні та "незримі" активи, може бути цілком втрачене або ушкоджене (пожежа, грабїж й ін.).

Ризик утрати часу – виникає через можливі перешкоди у функціонуванні бізнесу, із затримкою у платежах з інвестицій.

Ризик невиконання зобов'язань – включає відповідальність фермера-підприємця перед покупцями і всіма людьми, що причетні до цього бізнесу.

Ризик капітальних вкладень залежить від можливої інфляції, зміни валютних курсів.

Політичний ризик пов'язаний із чеканням урядових рішень, що сприяють успіху справи, можливістю одержання дозволу спеціальних органів на розширення виробництва і його екологічність (наприклад керування охорони природних ресурсів, охорони здоров'я і тощо.) Реальна програма "керування ризиком" повинна бути узгоджена з можливостями страхових послуг.

Оснву страхової справи становить *страховий поліс* – контракт, за яким страхова компанія бере на себе обов'язок оплатити компенсацію і передбачений випадок (стихійне лихо), що веде до збитків. В обмін на таку послугу фермер-підприємець повинен вносити (оплачувати) страховій компанії визначені суми (страхові внески).

Страхові поліси можуть бути спеціальними або загальними. По першому описується кожний із предметів майна, що підлягає страхуванню, визначається його розмір і вартість. Загальний поліс передбачає велику гнучкість у визначенні величини страхового відшкодування, тому що враховує тільки загальну вартість застрахованого майна.

Страхування ризику забезпечується за допомогою такого алгоритму:

- визначаються обсяг і структура матеріальних активів, яким загрожує ризик втрати або ушкодження;
- виленовуються види ризику, що можна запобігти за допомогою визначених попереджувальних (профілактичних) заходів і підраховуються витрати на них;
- устанавлюється, який вид страхування (загальний або спеціальний) краще захистить підприємця, за менших витрат;
- якщо витрати на профілактичні (переджувальні) заходи менші, чим вартість страхування, то доцільно відмовитися від останнього.

Запобігання можливих витрат – центральна ланка в програмі зменшення ризику. Щоб успішно підготувати бізнес-план, варто керуватися такими стислими порадами:

- бізнес-план повинен бути коротким, логічним, наглядним, добре читатися;
- план, це ще не бізнес; один грам виконаної (здійсненої) справи цінніше кілограма плану;
- необхідно заздалегідь знайти інвесторів (банк, лізингова компанія, підприємець), яких зацікавить бізнес-план, а також потенційних споживачів товарів (послуг);
- реалістична оцінка можливостей збуту продукції – надійна основа бізнес-плану; не треба видавати бажане за дійсне;
- угода інвестора вважається виконаною, якщо отримано чек; щастя фермера-підприємця, коли в нього гроші на поточному рахунку;
- щоб навчитися працювати на інших, достатньо одного року, щоб навчити підприємству – необхідне все життя.

Творча атмосфера в бізнесі визначається такими основними елементами:

- почувати і йти за своїм призначенням;
- мати спільність цілей у своїй команді, що збігається або мотивується, що не взаємосуперечить;
- забезпечити єдність (хоча б у кардинальних питаннях) загальних інтересів;
- бути уважним до системи комунікацій, шукати нестандартні методи її удосконалювання з урахуванням специфіки справи і своєї індивідуальності.

Висновки. На сучасному етапі розвитку сільського господарства створення і функціонування фермерських господарств пов'язане з певними труднощами. Вони спричинені з великими капітальними витратами та облаштування ферм, недостатнім матеріально-технічним забезпеченням, відсутністю належної виробничої і соціальної інфраструктури (постачання, збут продукції, культурно побутове й сервісне обслуговування), зниженням соці-

альної захищеності селян. Таким чином, напрямом вирішення соціально-економічних, економічних проблем є розроблення бізнес-плану розвитку фермерського господарства.

Література

1. Бамбіндра Д.І. Агроекономічна оптимізація структури земельних угідь / Д.І. Бамбіндра // Землеустрій і кадастр. – 2004-лютий. – С. 67-70.
2. Копиленко М.І. Економічні реформи у Східній Німеччині після воз'єднання / М.І. Копиленко // Інформація і ринок. – 1996. – № 5-6. – С. 13-15.
3. Формы хозяйствования в рыночной экономике и механизм хозяйствования в первичных трудовых коллективах // АПК-экономика, управление. – 1997. – № 10. – С. 51-56.
4. Land Reform in Ukraine. The First Five Years // The International Bank for Reconstruction and Development THE WORLD BANK 1818 H Strit. N.W. Washington, D.C. 20433.U.S.A. – 1997.
5. Любошиц Л. Источник меняется, абсолютная рента остается / Л. Любошиц // Мировая экономика и международные отношения. – 1966. – № 6. – С. 65-73

Бамбіндра Д.І. Разработка бизнес-плана фермерского предприятия в условиях мировой интеграции

Исследованы структурные особенности бизнес-плана фермерских предприятий. Определены факторы, влияющие на внутренние возможности фермерских предприятий. Предложена концепция маркетинговой информации.

Ключевые слова: бизнес-план, фермерское предприятие, цели, программа, рынок, конкуренты, внешняя среда, внутренние силы, перспектива, расходы.

Bambindra D.I. Development of farmer enterprise business plan in the conditions of world integration

The structural peculiarities of the agricultural enterprises business-plans are investigated. The factors that influence the inner capacities of the agricultural enterprises are determined. The concept of marketing information is proposed.

Keywords: business plan, agricultural enterprises, goals, program, market, competitors, external environment, internal forces, perspective, costs.

УДК 338.45:69:658.1/5.012.4:657/(477)

Асист. Н.В. Бондарева –
Львівський НУ ім. Івана Франка

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ В УКРАЇНІ

Досліджено концептуальні підходи сутності кластерів, уточнено визначення будівельного кластера, визначено перелік переваг використання кластерів у будівельній сфері, висвітлено складові частини державної будівельної політики України, які сприяли б розвитку кластерного підходу в будівельній сфері, що можна розглядати як один із можливих шляхів оптимізації діяльності будівництва, задля забезпечення економічного та соціального ефекту від цих впроваджень.

Ключові слова: будівництво, будівельний кластер, будівельна сфера, державна будівельна політика, державне регулювання, кластер, мережева організація, фінансово-економічна криза.

Постановка проблеми і її зв'язок із найважливішими науковими та практичними завданнями. Будівництво та пов'язані з ним види діяльності формують основу економіки, відповідно стабільний фінансовий стан будівельного комплексу сприяє покращенню економічної ситуації в державі. Розвиток будівництва залежить від впливу двох груп чинників, які доцільно вра-

ховувати під час розроблення подальших шляхів розвитку цього виду діяльності: внутрішні чинники, такі як персонал, рівень розвитку обладнання та матеріально-технічних ресурсів, ефективність існуючих структур управління, тощо. Саме ці чинники формують основу розвитку будь-якої системи, зокрема будівельної. Інша група – чинники зовнішнього середовища, такі як: політичне середовище, нормативно-правова база, економічний, міжнародний розвиток та тенденції, на які будівельні підприємства й організації фактично не мають впливу, однак ці чинники є визначальними для розвитку будівельної сфери та будівельного ринку. Як вже зазначалося у попередніх дослідженнях, у 2009 р., будівельна сфера України фактично була на межі катастрофи. Згідно з даними Міністерства регіонального розвитку та будівництва, вона зменшилась близько на 100 тис. працівників [1, с. 34]. Відповідно до інформації Мінрегіонбуду, на початок 2010 р. лише близько 10-12 % будівельних компаній продовжували працювати, а більшість будівельних майданчиків (85 %) у країні призупинили свою діяльність. Загалом, за різними оцінками, зменшення будівельних робіт за ці два роки відбулося в межах від 56 до 85 % [1, с. 35]. Сьогодні підтримка будівельної сфери здійснюється завдяки будівництву інфраструктурних об'єктів під Євро-2012, які ще фінансуються за рахунок державних та приватних інвестицій, однак на ринку будівництва житла тенденція залишається достатньо складною.

Забезпечення виходу будівельної сфери України з кризових умов господарювання та перспективного розвитку можливе за умови впровадження та активного державного регулювання нових форм взаємовідносин підприємств, організацій різних видів економічної діяльності, влади, громадськості, науково-освітніх установ (мережових організацій), зокрема як будівельного кластера.

Проблемами зародження і розвитку кластерів займалися такі зарубіжні й українські вчені та практики, як: М.П. Войнаренко, А.В. Воронін, А.Ф. Гойко, Б.М. Данилишин, В.Д. Джабейло, О.І. Ковтун, М.В. Малий, Є.С. Моїсеєнко, М.Є. Портер, А.М. Тугай, С.Г. Федоренко, Т.А. Шиндіна та інші. Проте додаткових досліджень потребує визначення поняття "будівельного кластера" та умов його формування і функціонування в межах відповідної політики держави.

Метою роботи є висвітлення сутності поняття "кластер", уточнення визначення "будівельного кластера", дослідження його утворення, функціонування та переваг, а також включення складових, які сприяли б розвитку кластерного підходу в будівельній сфері до державної будівельної політики України з метою підвищення рівня конкурентоспроможності будівельної продукції, зростання економіки регіонів, а також виходу України з фінансово-економічної кризи.

Виклад основного матеріалу досліджень. Під впливом процесів глобалізації одночасно з використанням досягнень світової будівельної практики у світовій економіці відбуваються зміни в об'єктах господарського управління, його структурі. У розвиненому суспільстві основними об'єктами господарського управління є підприємницькі мережі, які передбачають планомірно